

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Media massa dan pilkada merupakan dua hal yang saling berhubungan. Media massa membutuhkan pilkada dan pilkada juga membutuhkan kehadiran sebuah media massa. Berbicara tentang media massa, diketahui terdapat beberapa jenis media massa diantaranya media cetak dan media elektronik. Untuk media cetak sendiri dapat dicontohkan seperti koran, majalah, tabloid sedangkan media elektronik seperti televisi, radio bahkan internet. Beberapa contoh media massa (media cetak maupun elektronik) tersebut sering menjadi target dari para elite-elit politik salah satunya adalah elit politik yang terlibat didalam pilkada.

Pilkada adalah salah satu kesempatan untuk memilih para pemimpin-pemimpin daerah yaitu Gubernur untuk wilayah Provinsi, walikota untuk wilayah kota dan bupati untuk wilayah kabupaten. Pilkada juga menjadi salah satu penggambaran dari prinsip demokrasi. Artinya Negara yang mengatasnamakan sebagai penganut prinsip demokrasi, sudah pasti salah satunya melaksanakan pemilihan kepala daerah. Tepatnya pilkada yang berhubungan dengan prinsip demokrasi yang dimaksud adalah pilkada dimana rakyat diberi kesempatan langsung dalam memilih para pemimpin yang mereka inginkan. Karena bila bukan melibatkan rakyat, artinya belum dapat dikatakan demokrasi. Pilkada yang melibatkan rakyat ini dikenal sebagai pilkada langsung.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004¹, tentang Pemerintah Daerah juga memberikan kewenangan untuk mengadakan pemilihan kepala daerah.

¹ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, LN 2004, TLN 4437

Dalam Pasal 56 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tersebut dikatakan bahwa Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Selain itu di dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 diatur juga mengenai pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala daerah yang dipilih secara langsung oleh rakyat, yang diajukan oleh partai politik atau gabungan parpol.

Untuk pilkada yang dipilih langsung oleh rakyat itu sendiri, faktanya tidaklah mudah dalam memperoleh kemenangan. Para pelaku politik yang terlibat didalam kontestasi pilkada membutuhkan kerja keras agar terpilih sebagai pemenang agar dapat duduk di posisi puncak di daerah. Banyak strategi serta modal politik yang digunakan dan salah satunya adalah melalui penggunaan jasa media massa. Artinya bahwa sudah tidak asing lagi keterlibatan media massa didalam ranah perpolitikan.

Meski media massa selama ini digambarkan sebagai pilar keempat dalam penegakan demokrasi, namun perkembangan industri media semakin menunjukkan watak anti demokrasi. Menurut Armando dalam Schecter salah satu indikator media massa adalah isi beritanya. Bagi media komersial yang beroperasi dalam sistem yang kapitalistik, informasi adalah komoditas yang harus dikemas, didistribusikan dan dijual dalam beragam cara dan konteks yang menjamin komersial media, dan yang sama penting atau bahkan lebih penting, yang menjamin kelanggengan sistem ekonomi yang memungkinkan segenap kepentingan dalam jaringan yang melekat

pada media dapat memaksimalkan keuntungan. Isi media, dengan begitu, tidak ada hubungannya dengan upaya mencerahkan masyarakat.²

Media massa memainkan peran penting dalam politik terutama di era demokrasi. Media massa kerap digunakan untuk memperoleh berita dan opini politik. Tidak hanya itu, media massa berperan penting dalam mempengaruhi pola pikir seseorang tentang politik. Setiap individu tidak akan bisa membuat penilaian yang masuk akal tentang politik jika selalu disuapi dengan berita yang bias, semu dan tidak akurat terutama bila opini politik yang disajikan di media tersebut bersifat sempit dan dangkal. Artinya bahwa media berita harus memberikan warga penjelasan berita beserta berbagai opini politik secara menyeluruh dan adil.³

Arti penting media diperkuat oleh fakta bahwa media bukanlah sekedar saluran komunikasi yang menyampaikan berita, melainkan juga merupakan pemain politik utama.⁴

1. sebagian orang, menggantikan partai-partai sebagai sarana utama yang memberi informasi dan menggerakkan warga masyarakat
2. Media massa bahkan dikatakan Ada begitu banyak berita di dunia yang harus dipilih oleh media untuk diberitakan atau tidak diberitakan, ditaruh di halaman depan atau belakang
3. Media-media berita membantu membentuk opini. Mereka ingin mempengaruhi urusan publik, tidak sekedar memberitakannya. Disebagian Negara, mereka mendukung partai yang ini atau itu dan mereka menyerang

² Hafied Cangara, 2011, *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta, PT Rajagrafindo Persada), hal 93

³ Kenneth Newton. Imam Muttaqin (Penerjemah). 2016. *Perbandingan Sistem Politik*. Nusa Media: Bandung. Hal : 284

⁴ Ibid.,

atau membela pemimpin politik yang ini atau yang itu. Disebagian Negara yang lain, keberpihakan mereka dibatasi tapi masih tetap ada

4. Media massa merupakan agen sosialisasi penting yang memiliki dampak terhadap pemikiran dan perilaku politik masyarakat
5. Media massa, menurut telah menggantikan legislatif sebagai arena utama perdebatan politik sehingga kita sekarang hidup di era teledemokrasi.

Akan tetapi kenyataan yang terjadi sekarang bahwa tidak bisa dinafikan, media massa sudah banyak dijadikan sebagai alat oleh para pemangku kepentingan terutama pelaku politik. Kesempatan yang paling mudah melihat penyimpangan media massa dalam politik adalah saat pemilu, termasuk pemilihan umum kepala daerah. Keberadaan media massa sudah disalahartikan, bahkan tidak jarang dimanfaatkan untuk melancarkan tujuan mereka. Elit-elit politik yang menyalahartikan kehadiran media massa tidak hanya terjadi di tingkat pusat pemerintahan namun juga di daerah- daerah yang ada di Indonesia dan Provinsi Sumatera Barat adalah salah satu diantaranya.

Sebagaimana yang sudah dibahas sebelumnya bahwa media massa sudah banyak dimanfaatkan untuk hal hal yang sifatnya negatif maupun positif oleh para pelaku politik. Saat menjelang pemilihan kepala daerah, jasa media massa akan laris dipakai. Selama masa kampanye pilgub Sumbar yang dimulai pada tanggal 27 Agustus 2015 sampai dengan 5 Desember 2015, para kandidat gubernur telah memanfaatkan media massa dalam hal ini surat kabar harian sebagai salah satu media kampanyenya. Dari tiga surat kabar lokal Sumbar yang peneliti ambil yaitu Padang Ekspres, Singgalang dan Haluan, ada terdapat pemberitaan mengenai kampanye para kandidat dan iklan kampanye para kandidat. Selama masa

kampanye pemilihan gubernur di Sumatera Barat peneliti telah mengumpulkan berita dari ketiga media massa lokal di Sumatera Barat, berikut berita-berita yang telah peneliti kumpulkan selama masa kampanye pemilihan gubernur Sumatera Barat tahun 2015 :

Tabel 1.3

Rangkuman Berita Harian Umum Haluan, Singgalang dan Padang Ekspres Tentang Pemilihan Gubernur Selama Masa Kampanye Pilgub Sumbar (27 Agustus – 5 Desember) Tahun 2015

Nama Paslon	Haluan	Singgalang	Padek
MK - FB	67 berita	38 berita	30 berita
IP – NA	27 berita	34 berita	34 berita
Kedua Pasangan Calon	20 berita	32 berita	34 berita
Jumlah Berita	114 berita	104 berita	98 berita

Sumber : data diolah oleh peneliti

Dari data yang terdapat pada tabel 1.3 diatas yang peneliti kumpulkan dari berita Harian Umum Haluan, Singgalang dan Padang Ekspres selama masa kampanye pemilihan gubernur Sumatera Barat tanggal 27 Agustus-5 Desember pada tahun 2015, pada Harian Umum Haluan peneliti melihat adanya porsi berita yang tidak seimbang diantara kedua pasangan calon Gubernur Sumbar. Pemberitaan mengenai pasangan calon Muslim Kasim dan Fauzi Bahar lebih banyak dari pada pasangan calon Irwan Prayitno dan Nasrul Abit, terdapat 67 berita tentang MK-FB dan hanya 27 berita IP-NA dan 20 berita lagi membahas keduanya. Pada harian Singgalang dapat kita lihat bahwa proporsi berita antara kedua pasangan calon cukup berimbang. Berita tentang pasangan calon Muslim Kasim dengan Fauzi Bahar yaitu sebanyak 38 berita, sedangkan pasangan Irwan Prayitno dengan Nasrul Abit sebanyak 34 berita dan 32 berita lainnya membahas mengenai

kedua pasangan calon tersebut. Dan yang terakhir berita yang diterbitkan oleh Padang Ekspres, seperti yang kita lihat bahwa porsi berita untuk kedua pasangan calon cukup berimbang, yaitu untuk pasangan Muslim Kasim dan Fauzi Bahar sebanyak 30 berita, sedangkan untuk pasangan Irwan Prayitno dan Nasrul Abit terdapat 34 berita dan 34 berita lainnya membahas mengenai kedua pasangan calon tersebut.

Dari semua berita media massa lokal Sumbar yang telah peneliti himpun selama masa kampanye pemilihan gubernur Sumatera Barat tahun 2015, peneliti melihat adanya berita-berita mengenai pasangan calon gubernur dan wakil gubernur mengenai kegiatan kampanye, dukungan yang diberikan dari berbagai pihak untuk pasangan calon, berita mengenai pelanggaran kampanye dan berita mengenai keterlibatan dua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur dalam kasus-kasus tertentu. Berita mengenai kedua pasangan calon yang ditampilkan oleh surat kabar HU Haluan, HU Singgalang dan Padang Ekspres tidak terlepas dari berita yang bermuatan politik dengan tujuan untuk memberikan citra positif maupun negatif dan ada juga berita yang netral dengan kata lain berimbang untuk kedua pasangan calon.

Surat kabar dalam menyajikan isi berita telah menimbulkan pertanyaan mengenai apa yang dimaksud sikap positif, negatif dan sikap netral. Sikap adalah suatu bangun psikologis yang dapat berbentuk sikap individual dan sikap sosial. Sikap individual adalah sikap yang diyakini oleh individu, sedangkan sikap sosial adalah sikap yang diyakini sekelompok orang terhadap suatu objek.⁵ Media massa

⁵Isbandi Rukminto Adi, *Psikologi, Pekerjaan Sosial dan Ilmu Kesejahteraan sosial, Dasar-Dasar pemikiran*, (Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada, 1994), hal. 178.

merupakan suatu institusi sosial, sehingga sikap media massa merupakan sikap sosial.

Konsep sikap antara lain dikemukakan oleh Thurstone, menurutnya sikap adalah menyukai atau menolak suatu objek psikologis seperti simbol, kata-kata, lembaga, orang atau ide.⁶ Sedangkan menurut Emory Bogardus sikap adalah suatu kecenderungan untuk bereaksi terhadap faktor-faktor lingkungan yang dapat bersifat positif atau bersifat negatif.⁷ Sikap merupakan kecenderungan yang relatif stabil dan berlangsung terus menerus untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap orang, institusi, kejadian atau persoalan tertentu baik positif maupun negatif.⁸

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kata kunci bahwa sikap merupakan respon terhadap persoalan yang ada, dan respon tersebut tidak akan sama, artinya dapat bersifat negatif maupun positif. Sikap negatif memunculkan kecenderungan untuk menolak suatu objek sikap, sedangkan sikap yang bersifat positif memunculkan kecenderungan untuk menerima suatu objek sikap. Maka jika dilihat dari objek utama yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu isi dari media massa yang berhubungan dengan kedua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Sumatera Barat, sehingga dengan melihat sikap dari masing-masing berita tersebut dapat dilihat sikap suatu media massa selama masa kampanye pemilihan gubernur. Maka peneliti dapat menyimpulkan tiga kategori sikap mengenai media massa. Ketidakberpihakan sikap dilihat dari tampilan sikap media massa, yaitu :

⁶Daniel j. Mueller, *Mengukur Sikap Sosial: Pegangan Untuk Peneliti dan Praktisi*, Eddy Soewandi Kartawidjaja, (jakarta: Bumi Aksara, 1996), hal. 4.

⁷Kartini Kartono, *Psikologi Sosial Perusahaan dan Industri*, (Jakarta: Rajawali, 1981), hal. 226.

⁸C. P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, Dr. Kartini Kartono ,1.cet. 2, (Jkrta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993), hal. 43.

- a) Netral apabila isi berita tidak bersikap memihak atau menyudutkan terhadap salah satu calon, atau isi berita tersebut memberitakan secara berimbang terhadap kedua pasangan calon.
- b) Bersikap positif, apabila isi berita memihak salah satu calon, atau berita tersebut bersifat nyata dan membangun, dalam bahasa lain apabila berita tersebut memberikan dukungan terhadap salah satu pasangan calon.
- c) Bersifat negatif, apabila isi berita menyudutkan atau memberikan citra yang negatif terhadap salah satu pasangan calon.

1.2.Rumusan Masalah

Pada tanggal 9 Desember 2015 Indonesia telah melaksanakan Pilkada serentak. Pasca berakhirnya pemerintahan orde baru yang terkenal cukup otoriter, telah banyak perubahan terhadap sistem perpolitikan yang dilakukan termasuk diantaranya dari aspek pemilihan. Bila diperhatikan secara seksama, banyak yang berubah dalam sistem pemilihan di Indonesia baik pemilihan presiden maupun pemilihan kepala daerah. Sebelum reformasi, Presiden dipilih oleh MPR sedangkan kepala daerah dipilih oleh DPRD di daerah tapi berdasarkan hasil dari beberapa kali amandemen UUD 1945 akhirnya diputuskan beberapa hal salah satunya adalah prosedur pemilihan presiden yang diserahkan langsung kepada rakyat. Jadi tepat pada pemilu tahun 2004, presiden di Indonesia sudah dipilih oleh seluruh rakyat Indonesia yang telah memenuhi syarat sebagai pemilih.

Tidak jauh berbeda dengan pemilihan presiden, pemilihan kepala daerah juga mengalami perubahan yang cukup signifikan dimana awalnya dipilih oleh lembaga legislatif di daerah akhirnya tepat pada tahun 2005 secara resmi diatur bahwa kepala daerah di Indonesia dilakukan secara langsung oleh rakyat sebagai

pemilih. Perubahan pada pelaksanaan pemilihan kepala daerah ini juga terus dilakukan untuk menciptakan nuansa politik yang lebih baik lagi. Gebrakan terbaru yang ditemukan adalah pelaksanaan pilkada serentak di Indonesia. Pada tahun 2015 kembali muncul peraturan baru tentang pilkada serentak artinya disini ditemukan dua perubahan yang terlihat dalam upaya perpolitikan di daerah yaitu pertama adalah pilkada oleh rakyat dimana rakyat tampil sebagai pemilih dan kedua adalah pilkada serentak.

Membahas tentang pilkada serentak, seolah tidak akan pernah ada habisnya. Banyak isu-isu politik yang bisa diangkat untuk dijadikan sebagai bahan perdebatan oleh berbagai pihak mulai dari konflik kepentingan yang muncul dari pelaksanaan pilkada serentak, kecurangan yang dilakukan oleh elite-elit politik peserta pilkada sampai pada keterlibatan pihak-pihak tertentu yang nyata bisa merusak kesucian dari pilkada. Media massa adalah salah satu pihak yang termasuk didalamnya.

Penelitian ini mengkaji tentang sikap media massa terhadap pasangan calon gubernur di Sumatera Barat selama masa kampanye (analisis isi berita pasangan calon gubernur di surat kabar HU Haluan, Padang Ekspres dan HU Singgalang) periode 27 Agustus-5 Desember tahun 2015. Alasan pemilihan judul yaitu ketertarikan peneliti pada fenomena banyaknya keberpihakan yang dilakukan oleh media massa disetiap pemilu termasuk pemilihan kepala daerah. Adapun alasan menggunakan analisis isi sebagai instrument penelitian karena ingin melihat keberpihakan media tersebut yang difokuskan melalui *content* atau isi yang dimuat.

Terakhir alasan memilih 3 surat kabar lokal di Sumatera Barat yang bersangkutan karena dilihat dari sifat kedaerahannya dan posisi ketiganya yang

merupakan koran yang cukup terkenal di Sumatera Barat. Karena tiga surat kabar tersebut cukup intens dalam memberikan informasi seputar pemilihan umum dan ketiga surat kabar ini merupakan tiga media lokal tertua yang berada di Sumatera Barat, selama masa kampanye yang ditetapkan oleh KPU Sumatera Barat yang merupakan masa kampanye yang cukup panjang pada pilkada langsung tahun 2015. Menurut hemat peneliti media massa merupakan sarana yang cukup ideal untuk meraup suara masyarakat di Sumatera Barat, karena peredarannya yang hampir menyeluruh ke semua wilayah kabupaten/kota yang terdapat di Sumatra Barat, akan menarik perhatian masyarakat yang memiliki hobi membaca koran dan tentunya akan dapat membantu masyarakat Sumatra Barat untuk mengetahui figur calon dalam pemilihan gubernur Sumbar tahun 2015.

Tabel 1.1
Peredaran Harian Umum Singgalang dan Harian Umum Haluan Pada tahun 2015

No	Nama Kota	Singgalang	Haluan
1	Kota Padang	33,85 %	35 %
2	Kabupaten Padang Pariaman	5,5 %	3 %
3	Kota pariaman	5,3 %	2,5 %
4	Kota Padang Panjang	2,6 %	2 %
5	Kota Bukittinggi	9,5 %	8 %
6	Kota Solok	4,7 %	3 %
7	Kota Sawah Lunto	1,7 %	2 %
8	Kabupaten 50 Kota	5,1 %	6 %
9	Kabupaten Agam	2,2 %	5 %
10	Kabupaten Pasaman	2,5 %	1 %
11	Kabupaten Pasaman Barat	0,9 %	7 %
12	Kabupaten Tanah Datar	5,6 %	4 %
13	Kabupaten Sijunjung	4 %	1 %
14	Kabupaten Dhamasraya	0,65 %	3%
15	Kabupaten Pesisir Selatan	1,8 %	1,6 %
16	Kabupaten Solok	5,1 %	4 %
17	Kabupaten Solok Selatan	0,7 %	1,4 %
18	Kabupaten Mentawai	0,3 %	0,5 %
19	Kota Payakumbuh	7,5 %	10 %
Jumlah		100 %	100%

Sumber : Profil Singgalang dan Harian Haluan,

Jumlah koran yang tercetak yang diedarkan untuk HU Haluan sebanyak 58.000 eksemplar / hari dan HU Singgalang 76.800 Eksemplar / hari.

Tabel 1.2
Peredaran Padang Ekspres Pada Tahun 2015

No	Nama Daerah	Persen
1	Padang dan sekitarnya	60,6 %
2	Bukittinggi dan sekitarnya	10,2%
3	Payakumbuh dan sekitarnya	13,45%
4	Pariaman dan sekitarnya	10%
5	Solok dan sekitarnya	6,75%
6	Sawahlunto dan sekitarnya	4,25%
7	Luar daerah Sumatera Barat	1,50%
Jumlah		100%

Sumber: Profil Padang Ekspres

Padang Ekspres sebanyak 50.000 eksemplar/hari. atau dibaca minimal oleh sekitar 250.000-an orang (rata-rata satu koran dibaca 5 orang) setiap hari. Penelitian ini mengarahkan pada melihat sikap keberpihakan yang dilakukan oleh media massa yang ditelusuri dari penyajian isi pemberitaan yang dilakukan saat masa kampanye para kandidat kepala daerah. Adapun pertanyaan penelitian yang dirumuskan untuk membedah permasalahan ini adalah :

1. Bagaimana sikap media massa khususnya surat kabar HU Singgalang, HU Haluan dan Padang Ekspres dalam menjalankan peran dan fungsinya terhadap para pasangan calon pilkada di Sumatera Barat pada tahun 2015 yang dilihat dari konten/isi yang disajikan?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan tentang peranan, fungsi dan sikap surat kabar khususnya surat kabar HU Singgalang, HU Haluan dan Padang Ekspres terhadap kedua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang dilihat

dari konten/isi yang disajikan selama masa kampanye pemilihan gubernur tahun 2015.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah :

1. Secara akademis dapat dijadikan referensi tambahan bagi peneliti lain yang tertarik dengan permasalahan komunikasi politik melalui media massa pada saat pemilihan kepala daerah secara langsung, serta yang tertarik dengan metode analisis isi dalam penelitian ilmu politik.
2. Secara praktis dapat memberikan pemahaman kepada partai politik, media massa dan para peneliti maupun pada masyarakat yang tertarik dengan permasalahan media massa untuk lebih memberikan pemahan tentang sikap, peranan, fungsi media massa terhadap perpolitikan.

